

PROGRAMME	SECONDE PROFESSIONNELLE
GEOGRAPHIE	" PRODUCTION MONDIALE ET CIRCULATION DES BIENS, DES PERSONNES ET DES INFORMATIONS"
PREMIER THEME	"DES RESEAUX DE PRODUCTION ET D'ECHANGES MONDIALISES"
PROPOSITION DE CONTEXTUALISATION	" <i>Le circuit de la crevette calédonienne : l'aquaculture en question</i> "

Introduction :

Cette mise en œuvre propose une démarche qui vous permettra de faciliter votre lecture des nouveaux programmes. Loin d'être exhaustive, Il est donc nécessaire de l'enrichir en vous appuyant sur le programme, les fiches ressources d'accompagnement EDUSCOL ainsi que toutes autres ressources scientifiques en lien avec les thèmes.

Proposition de mise en œuvre de la séance :

Notions et mots-clés	Mondialisation, aquaculture, <i>obsiblu</i> , filière de production, acteurs, révolution des transports et révolution numérique, développement durable.
Capacités travaillées	- Décrire le circuit d'un bien de sa conception à sa réalisation. -Connaître et comprendre les objectifs du développement durable tels que définis par l'UNESCO.
Repères	Les différentes échelles (mondiale, régionale, locale).

> Problématique : Dans quelle mesure la filière crevette inscrit-elle la NC dans la mondialisation et participe-t-elle au développement durable du territoire ?

- Document de lancement :

Une vidéo "Obsiblu, le nouveau caviar calédonien", France 24.



I. La crevette bleue, un produit mondialisé :

A. Origine , atouts et points faibles :

1. Qu'est ce que la "crevette bleue" ? :

Nom scientifique : *Litopenaeus stylirostris*



Taille et origine : Originaire de la côte pacifique de l'Amérique centrale et du sud - Taille maximale 23 cm

Source : <https://aquaculture.ifremer.fr/les-Filieres/Filiere-Crustaces/La-decouverte-des-crustaces/Crevettes>

2. Un choix original :

Si les premières expériences d'aquaculture sur le territoire remontent aux années 1970 avec la création de la station expérimentale de la baie de Saint Vincent gérée par l'IFREMER, la production à une échelle commerciale débute véritablement avec la première ferme d'aquaculture de crevettes, la Société d'Aquaculture Calédonienne (SODACAL) créée en 1984.

Le choix de l'espèce s'est porté vers la crevette bleue (*Penaeus stylirostris*) malgré son potentiel de croissance plus faible que la crevette tigre (*Penaeus monodon*) ou la crevette à pattes blanches (*Penaeus vanammei*), dont les élevages sont aujourd'hui très répandus dans le reste du monde. La raison principale invoquée à l'époque était une meilleure adaptation de la crevette bleue au climat hivernal relativement frais de la Nouvelle-Calédonie, et donc la possibilité de réaliser deux campagnes annuelles. De ce fait, la Nouvelle-Calédonie a été pendant longtemps le seul pays en mesure de commercialiser la crevette bleue d'élevage.

Capitalisant sur cette distinction, le cahier des charges a été progressivement renforcé pour améliorer et mettre en avant les qualités uniques de la crevette bleue et l'origine Nouvelle-Calédonie. L'alimentation produite localement est garantie sans OGM et sans antibiotique. Le mode d'élevage privilégié est qualifié de semi-extensif, avec une densité finale de crevettes relativement faible. La production est aujourd'hui limitée à une seule campagne annuelle, permettant la régénération des sols et l'amélioration sanitaire des bassins d'élevage. Le caractère responsable de la filière est également mis en avant avec la surveillance de l'impact environnemental par les organismes scientifiques et la recherche permanente de rééquilibrage du développement économique des tribus côtières par l'emploi notamment.

L'apparition d'une production encore relativement récente au Brunei d'une crevette bleue sur un modèle intensif pourrait malheureusement constituer une menace sur l'image de la crevette bleue de Nouvelle-Calédonie.

Source : <https://www.ieom.fr/nouvelle-caledonie/publications/etudes-thematiques/article/la-crevette-bleue-de-nouvelle-caledonie-un-produit-de-luxe-bientot-rentable>

3. Des concurrents :

Sommes-nous les seuls à élever de la *Litopenaeus stylirostris* dans le monde ?

Il y a encore quatre ou cinq ans, nous étions effectivement les seuls. Récemment, le sultanat de Brunei a lancé sa production sans grande réussite en termes de volume et de taille. Notre crevette est très compliquée à élever. On le voit bien chez nous puisque nous sommes confrontés à une mortalité importante. Produire de gros calibres comme on le fait, ce n'est pas donné à tout le monde. Nous en avons les capacités. Rappelons tout de même que nous ne représentons que 0,02 % de la production mondiale de crevettes d'aquaculture.

Le pays pourra-t-il un jour rivaliser avec les grands producteurs mondiaux ?

Je ne le crois pas (rires). On ne va

pas se confronter aux grands producteurs d'Asie du Sud-Est qui font de l'élevage intensif et misent sur la quantité. Nous tenons absolument à continuer à cultiver cette crevette particulière selon des critères de qualité précis dans le respect du développement durable, car nous avons des atouts de rareté et de goût que personne d'autres au monde n'a.

Source : Extraits de l'interview de la directrice générale de la SOPAC dans Les Nouvelles Calédoniennes du jeudi 08 août 2019.

> CF EN ANNEEXE PAYS PRODUCTEURS ET IMPORTATEURS DE CREVETTES PENEIDES.

4. Des atouts et des points faibles :

Points forts / points faibles

Points forts	Points faibles
<ul style="list-style-type: none">• en Nouvelle Calédonie, absence de maladies virales affectant les autres pays producteurs• techniques d'élevage semi-intensives• respect de l'environnement• traçabilité et surveillance sanitaire stricte• cycle de production contrôlé à toutes les étapes	<ul style="list-style-type: none">• épisodes bactériens enregistrés parfois dans les bassins, associés à des mortalités saisonnières• concurrence avec d'autres activités littorales (France, Polynésie)• coûts de production élevés• concurrence mondiale

Source : <https://aquaculture.ifremer.fr/les-Filieres/Filiere-Crustaces/La-decouverte-des-crustaces/Crevettes>

> Prolongements possibles :

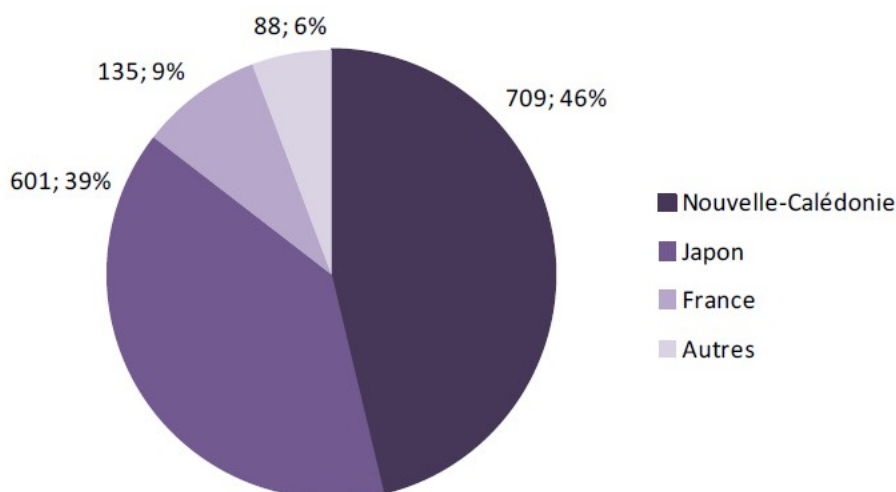
- L' élevage des holothuries;

- Les objectifs du développement durable définis par l'UNESCO.

B. Une stratégie commerciale d'exportation :

5. Le marché de la crevette calédonienne :

Marché (tonnes, % ; moyenne sur 10 ans)



Source : Observatoire économique aquacole

6. D'un produit bon marché à un positionnement à un haut de gamme :

Dans les premiers temps, la stratégie à l'export visait en premier lieu à fournir au meilleur prix le marché hexagonal. Le principal acheteur, l'enseigne Carrefour désigné comme « client historique » recherchait une crevette de qualité certes, mais en premier lieu bon marché, destinée à être vendue cuite sur les étals de poissonnerie de ses grandes surfaces. La crevette bleue perdait ainsi sa couleur, et la provenance comme la qualité n'étaient que partiellement mises en évidence. Les efforts de la filière visaient alors à maximiser la production afin de minimiser les coûts d'exploitation, notamment en réalisant une campagne d'hiver en plus de la campagne d'été. Les avantages compétitifs de la Nouvelle-Calédonie vis-à-vis des principaux producteurs asiatiques et sud-américains pour la production d'une crevette à bas prix étant très limités, le marché France est devenu de moins en moins rémunérateur. Une soudaine baisse des volumes produits liée à des problèmes au niveau de l'élevage a accéléré l'abandon progressif de cette stratégie et la concentration sur le second marché d'importance : le Japon.

À partir de 2006, les exportations en valeur vers le Japon ont dépassé celles vers l'Hexagone. Sous l'impulsion de ce marché particulièrement exigeant, l'accent a été mis en priorité sur la qualité. La consommation de la crevette crue surgelée en sashimi ou sushi favorise non seulement la mise en valeur des qualités gustatives intrinsèques de la crevette bleue, mais aussi la recherche de la perfection en termes de normes sanitaires et de présentation. La disparition du marché français en l'espace de quelques années (entre 2005 et 2010) et l'apparition du syndrome d'hiver ont également accéléré la transition vers une seule campagne annuelle permettant aux producteurs de vendre une crevette de meilleure qualité.

La production disponible à la vente étant limitée, la valorisation maximale de la crevette bleue de Nouvelle-Calédonie est devenue le nouvel objectif. Un virage marketing a été pris au début des années 2010 avec la création de nouvelles marques (Obsiblu notamment) pour des marchés de niche à l'export (restauration et poissonnerie de luxe notamment) et de nouvelles ambitions vers l'Europe au travers de la société Prestige

Seafood. En région parisienne, il est même possible aujourd'hui d'acheter la crevette calédonienne en ligne (www.obsiblu.com/shop-en-ligne). Cette stratégie a conduit à une augmentation des prix de vente à l'export régulière et significative sur les dix dernières années (+34 %). Les exportations hors Japon restent toutefois très limitées (15 % des volumes en moyenne sur dix ans). Elles concernent principalement la France, les États-Unis, les îles de Wallis-et-Futuna et l'Australie.

Source : <https://www.ieom.fr/nouvelle-caledonie/publications/etudes-thematiques/article/la-crevette-bleue-de-nouvelle-caledonie-un-produit-de-luxe-bientot-rentable>

7. Une crevette de marque: *Obsiblu* :



The image shows a screenshot of the Obsiblu website. The header is dark blue with white text for navigation: 'OBSIBLU', 'EN CUISINE', 'LES CHEFS', 'OBSIBLU groupe de restaurant', 'LE BLOG', 'SHOP EN LIGNE', and 'ESPACE PRO'. There are social media icons for Facebook and RSS. The main content area has a dark blue background with the title 'Seafood de luxe' in a white script font. Below the title is a paragraph of text in white, describing the 'gambas bleues' (blue prawns) as a 'physique de star' and mentioning their origin in the Grand Lagon of New Caledonia.

Source : <https://www.obsiblu.com/>

II. Une réussite contrastée à l'échelle locale :

A. Les acteurs de la filière :

8. La filière dans son ensemble :



Source : <http://www.ifremer.fr/remora/animations/crevettes/filierecrevette.html>

9. Un ancrage territorial :

Cette filière mobilise un grand nombre d'acteurs : quatre écloséries, deux provendiers, dix-huit fermes de grossissement et deux ateliers de conditionnement. Le nombre important d'acteurs et leur répartition homogène sur le territoire peuvent être vus comme une force. En effet, un des principaux risques de toute filière d'élevage est le risque sanitaire qui peut entraîner la perte totale de la production. Si ce morcellement limite les économies d'échelle et la rentabilité, il lui assure une bonne résilience.

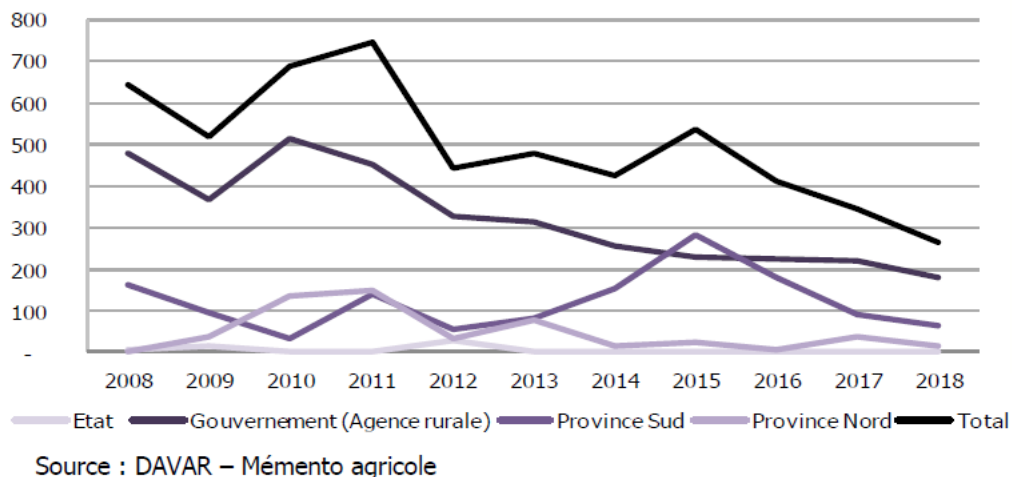
Ainsi sur les sept dernières années, les quatre écloséries ont pu à tour de rôle sauver la campagne en assurant une part significative de la production de post-larves, étape primordiale de l'aquaculture de crevettes. Cependant, et malgré une surcapacité de production théorique des quatre écloséries, le déficit de production par rapport aux besoins de la filière est de 20 % en moyenne sur dix ans. Leur santé financière reste par ailleurs fragile.

L'activité des fermes exige des investissements très importants pour une rentabilité qui reste limitée, mais en progression grâce à l'augmentation continue des prix de vente au kilo depuis 2010. Le soutien de la puissance publique dans le financement des investissements a été déterminant et leur permet de présenter des résultats corrects. Les provendiers et les ateliers contribuent et bénéficient pleinement du développement de cette filière.

Source : <https://www.ieom.fr/nouvelle-caledonie/publications/etudes-thematiques/article/la-crevette-bleue-de-nouvelle-caledonie-un-produit-de-luxe-bientot-rentable>

10. Le rôle des institutions :

Aide publique à la filière (en millions de XPF)



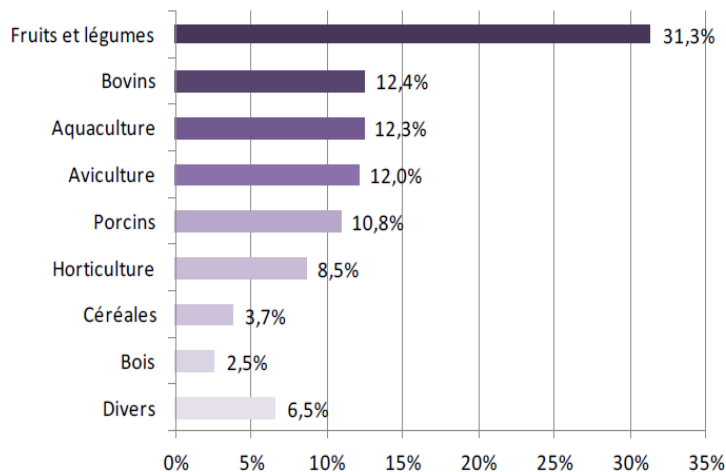
Source : <https://www.ieom.fr/nouvelle-caledonie/publications/etudes-thematiques/article/la-crevette-bleue-de-nouvelle-caledonie-un-produit-de-luxe-bientot-rentable>

B. Une enjeu économique important :

11 . 3e production agricole, premier exportateur du secteur :

En 2017, la production de crevettes représentait 1,7 milliard de XPF soit 12 % de la production agricole du territoire. Elle faisait pratiquement jeu égal avec celle de viande bovine et de volaille. C'est un des rares produits agricoles pour lequel la Nouvelle-Calédonie est autosuffisante. Pour la Province Nord, cette production occupe la première place soit près du quart de la production agricole commercialisée. Les exportations de crevettes sont en valeur le second produit d'exportation du Pays. Elles représentent toutefois moins de 1 % des exportations très loin derrière le nickel, mais devant la pêche d'holothuries et de thons.

Part relative des filières du secteur rural (en valeur)



Source : DAVAR – Mémento agricole

12. L'importance du marché local :

Le premier marché de la crevette calédonienne a toujours été le marché local. Les atouts de ce marché sont nombreux : proximité, protection (l'importation de crevettes est interdite pour des raisons sanitaires visant à protéger les élevages locaux) et solvabilité (niveau de vie élevé). C'est un marché captif. Il n'y a pas de segmentation de ce marché. Les crevettes sont vendues pour l'essentiel au kilo, en vrac, parfois fraîches en saison, mais le plus souvent congelées dans les poissonneries, la grande distribution ou encore directement à la ferme.

Quelques années après le lancement de la filière, le marché local de la crevette, autour de 700 tonnes en moyenne depuis dix ans, s'est vite retrouvé saturé compte tenu de sa taille limitée. L'exportation est rapidement devenue le moyen incontournable pour la filière de poursuivre son développement.

Source : <https://www.ieom.fr/nouvelle-caledonie/publications/etudes-thematiques/article/la-crevette-bleue-de-nouvelle-caledonie-un-produit-de-luxe-bientot-rentable>

13. Seulement 1% du PIB mais 0.5% des emplois salariés du privé :

Le poids de la filière dans l'économie peut être estimé par la valeur ajoutée du secteur. Hors les deux provendiers qui fournissent également les filières bovines, porcines et avicoles, cette valeur ajoutée s'établissait à 1,1 milliard de XPF en 2017, soit de l'ordre de 0,1 % du PIB, ce qui reste très modeste.

En moyenne sur dix ans, le nombre de salariés des entreprises d'aquaculture est de 275 à fin mars lors du pic de la campagne de pêche. Il tombe à 175 à fin septembre, au moment où les bassins sont encore majoritairement à sec. Par ailleurs, il convient d'ajouter les effectifs de la SOPAC qui déclarait pour 2018 employer 86 personnes à temps plein et 30 saisonniers lors du pic de la campagne de pêche. Hors les deux provendiers, la filière emploie au total environ 250 emplois et jusqu'à 350 emplois au moment de la campagne de pêche. Sur l'année, elle représente ainsi 0,5 % de l'emploi privé ou encore 0,3 % de l'emploi salarié public et privé.

Source : <https://www.ieom.fr/nouvelle-caledonie/publications/etudes-thematiques/article/la-crevette-bleue-de-nouvelle-caledonie-un-produit-de-luxe-bientot-rentable>

III. Activités possibles :

- > Réaliser une carte des exportations de crevettes de Nouvelle-Calédonie.
- > Retracer l'ensemble de la filière à partir de l'animation mise en ligne par l'IFR8EMER <http://www.ifremer.fr/remora/animations/crevettes/filierecrevette.html>
- > Situer et reconnaître les différents espaces et paysages de la filière via le site de l'IFREMER (<https://nouvelle-caledonie.ifremer.fr/Biodiversite-et-ressources/Crevetticulture/Filiere-crevette>) et Geoportail.
- > Élaborer un croquis à partir de l'activité précédente.
- > Effectuer le quiz de l'IFREMER <https://aquaculture.ifremer.fr/Pedagogie/Quizz>
- > Visiter les sites de production et de conditionnement.

> ANNEXES :

- Les pays producteurs de crevettes pénéides :



- Les pays importateurs de crevettes pénéides :

